

疫  
没  
战  
犹  
急

# 宁波16家网红店抱团搭建“云市集”

记者 朱一诺

没有人流，进账无几，员工不安，外送苦撑……实体店在疫情期间有倒道不尽的苦水。

一个月前，MUMO木墨宁波展厅连续几天颗粒无收，店长夏小猴再也坐不住了。她给同行打了几个电话：西贝和盒马可以共享员工，我们可以共享粉丝啊，把市集搬到线上！

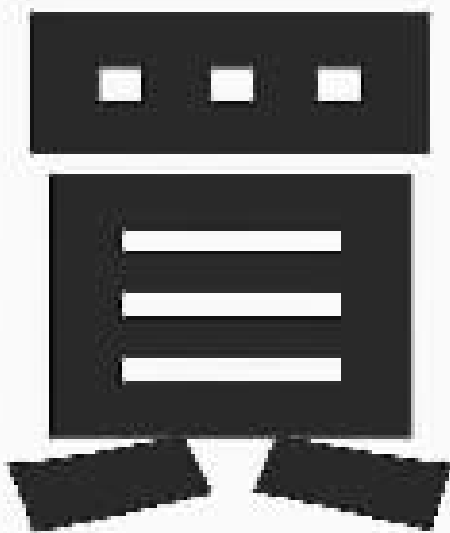
在最困难的时候，宁波16家花艺、面包、咖啡、家居等网红店铺在线上抱团取暖，14天“线上市集”，没有李佳琦这样的大V带货，货品却是一上线即遭秒杀！

无形中，一次疫情促成了这些网红店从传统的电话+门店+短信转到了社交私域流量的运营。

## 线上市集

个体户线上市集「春季限定」  
第一场品牌联合场  
2月28日 20:00

PLAIN STORE 三活方式买手店  
爱放家 A PERFECT 买手店  
木墨MUMO  
HaveHave 咖啡  
VERT 烘焙工作室  
CLAYO 买手店 / SMOOTH 买手店  
101茶铺/高塔塔  
梨木儿 咖啡/面包店  
墨朵生活  
草叶间 花艺工作室  
HOLIDAY甜品工作室/ALHIS 餐厅  
礼季 礼品店  
木墨走开  
木墨手工坊



个人经营者が集まる「春の限定」  
管得住春心，忍得住不买？



线上市集的海报

### 1 零营业额困境中的求生

一个月前的晚上，夏小猴辗转难眠，思绪万千。

受疫情影响，原计划大年初六开门的MUMO木墨线下门店一直在推迟营业。实体店开不了门，能不能在线上卖货？加了五六个买买买的微信群后，夏小猴发现，单一品牌的社群靠打折、特卖能够有效吸引一部分流量，但持续性和粉丝黏度不强，由于品类不够丰富，后期容易让消费者倦怠。

那么，线下的市集模式，可否搬到线上来？

除了担任宁波展厅的店长，夏小猴同时也负责总部品牌企划工作，策划参与过一场汇集众多原创品牌的厦门线上市集。她发现，买手冲咖啡器皿的消费者，往往也愿意带走一个雅致的花瓶，并配上一束新鲜的鲜花。

夏小猴有了初步的构想：以集合市集的复合形态为消费者组建的“云逛街”社群，或许能满足大家被疫情“封印”的逛街欲望。

当晚10点，坐不住的夏小猴给5位同行朋友打了电话。

“这五位朋友是我在来福士‘大地野藏’线下快闪活动中认识的，大家品牌气质相同且都有耕耘了两三年的实体店，包括草料间、PLAIN STORE、Holiday等品牌在本地都已聚集了一定人气。”

夏小猴将“线上市集”的构想相告后，大家一拍即合，一直热聊到午夜12点，并立即开始分头做海报、拉商户。

在5位发起人的号召下，16家家居、花艺、面包、咖啡等生活方式相关品类的宁波网红店铺聚集到了一起。“群内，除了销售能快速到家的实物，也销售咖啡店充值卡、鲜花月卡等预购卡券，希望能帮助闭店的商家们度过难关。”夏小猴说，此时，正是大家要抱团取暖的时刻。